



*Тема: Сутність,  
завдання та рівні  
товарної політики  
підприємства*

# План:

1. Суть та поняття товарної маркетингової політики.
2. Завдання та умови розробки товарної політики.
3. Поняття якості товару.

1) *Товарна політика підприємства є центром управлінських рішень щодо маркетингових заходів, навколо якого формується інші рішення, які пов'язані з розповсюдженням товару, умовами його придбання, методами просування від виробника до кінцевого покупця.*





Зміст товарної політики підприємства залежить від положення продукції на ринку, а також від співвідношення темпів зростання обсягів продажу і відносної частки товару на ринку на різних етапах його життєвого циклу.

***Маркетингова товарна політика*** – це комплекс заходів щодо формування ефективного, з комерційної точки зору, асортименту, спрямований на підвищення конкурентноспроможності продукції, створених нових товарів, оптимізація асортименту, продовження життєвого



***Маркетингова товарна політика*** – це діяльність підприємств щодо забезпечення заданого рівня задоволення потреб у товарі в рамках завдань, що вирішуються за допомогою маркетингу.



# Основні завдання товарної політики:

1

2

- Створення нових товарів або оновлення існуючих (інновацій)
- Забезпечення якості продукції та її конкурентоспроможності
- Формування та оптимізація товарного асортименту

3

4

5

## • Створення товарних марок

- Упаковка, аналіз життєвого циклу товару та управління ним
- Позиціювання товарів на ринку

6



*Однією з важливих умов підтримки та розробки оптимальної маркетингової товарної політики є дотримання процедури аналізу та прийняття рішень.*



# Умови розробки і здійснення товарної політики:

Чітка обізнаність

про цілі  
виробництва та  
збуту на

перспективу

Наявність  
корпоративної  
стратегії дій на  
довгострокову  
перспективу

Добре знання ринку,  
його вимог і  
перспектив

Чітке уявлення про свої  
можливості та ресурси

# ТОВАРНА ПОЛІТИКА

## 1) Розробка товару

### *а) Планування нової продукції*

#### Мета:

- прорив на нові ринки;
- досягнення переваг перед конкурентами;
- отримання високих доходів.

### *б) Модифікація ( вдосконалення товару )*

#### Мета:

- посилення уваги споживачів до товару;
- розширення ринку;
- збільшення доходів і прибутків.



## 2) Обслуговування товару

### Мета:

- забезпечення сталості відповідних характеристик товарів, що впровадженні на ринок і користуються попитом споживачів.

## 3) Елімінування (зняття товару з ринку)

### Мета:

- оптимізація асортименту;
- виведення з ринку товару, попит на який падає.



# СТРУКТУРА ТА ЦІЛІ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Найважливішою частиною маркетингової товарної політики є **розробка товарів.**

Це створення нових товарів, які дають змогу фірмі:



- 1. Здійснити прорив на ринок;*
- 2. Перемогти конкурентів;*
- 3. Отримати високі доходи;*
- 4. Посилити увагу споживачів до товару;*
- 5. Зберегти і розширити свій ринок;*
- 6. Збільшити доходи і прибуток.*

*Обслуговування товару* – це забезпечення сталості на ринок і користуються попитом споживачів.

*Елімінування* – це процес зняття застарілого продукту фірми з ринку. Його основне завдання – оптимізація асортименту та виведення з ринку товару, попит на який падає.





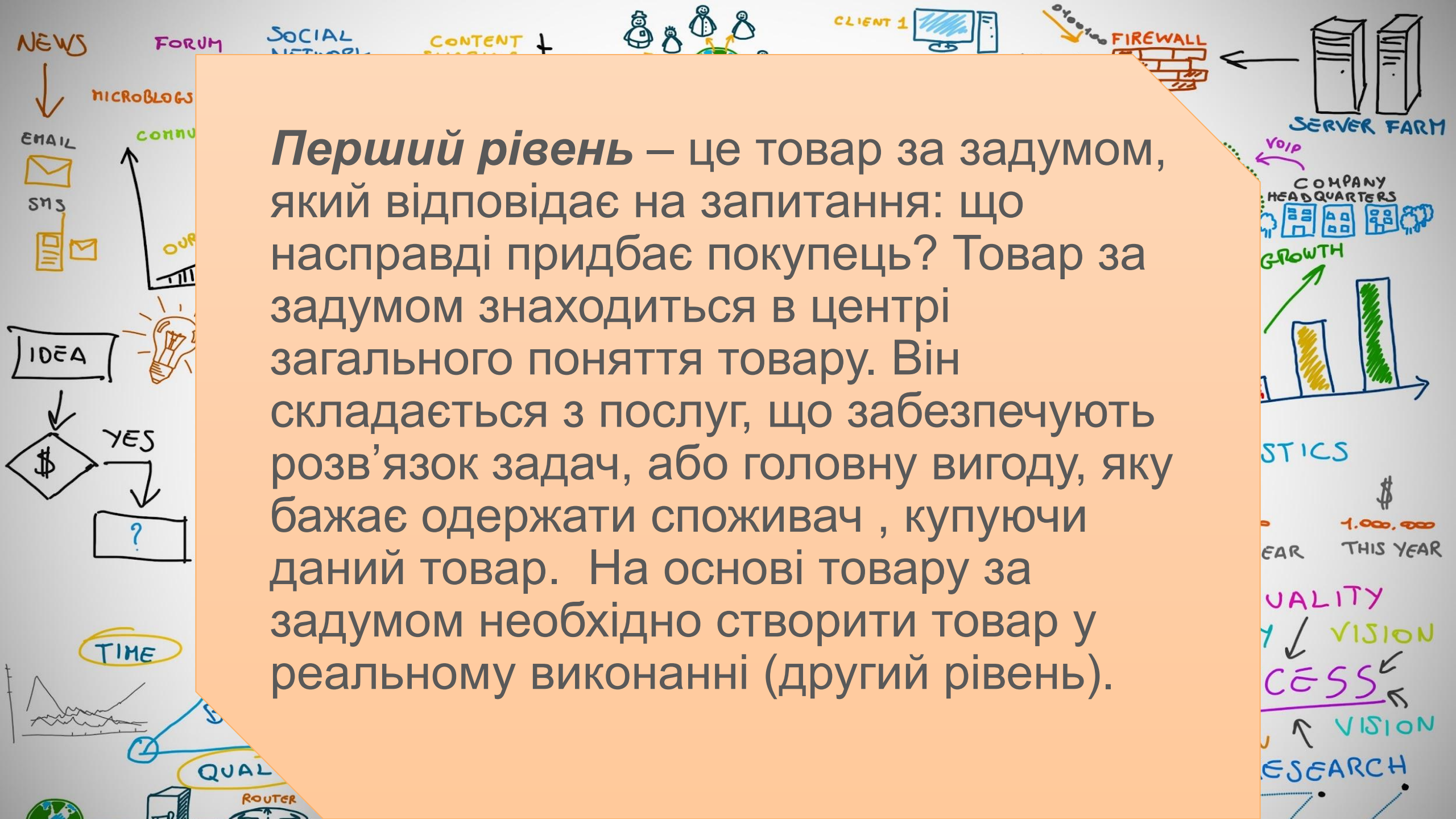
***Товарна одиниця*** – відособлена цілісність, яка характеризується показниками величин, ціни, зовнішнього вигляду й інших атрибутів.



***Товар має*** комплексне поняття, тому необхідно оцінювати його, враховуючи три різні рівні.



**Перший рівень** – це товар за задумом, який відповідає на запитання: що насправді придбає покупець? Товар за задумом знаходиться в центрі загального поняття товару. Він складається з послуг, що забезпечують розв'язок задач, або головну вигоду, яку бажає одержати споживач, купуючи даний товар. На основі товару за задумом необхідно створити товар у реальному виконанні (другий рівень).

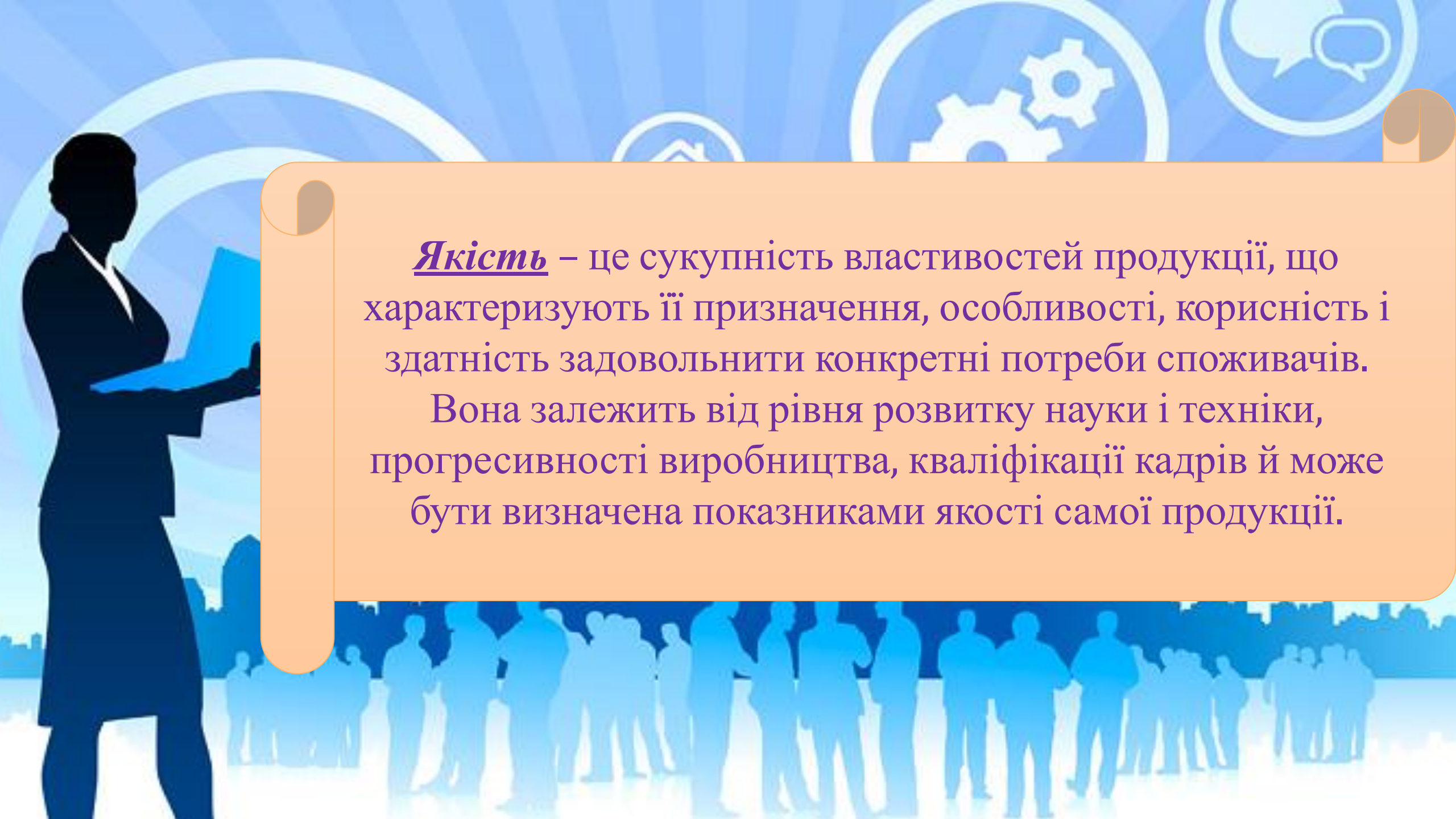


Товар у реальному виконанні має п'ять характеристик: якість, властивості, зовнішнє оформлення, назва марки та упаковка. Його назва, окремі частини, стиль оформлення, характеристика, упаковка та інші атрибути старанно підібрані, щоб донести до споживача основну перевагу даного товару – зручний та високоякісний спосіб запам'ятати важливі моменти життя.





Творець плану розповсюдження товару повинен створити товар з підкресленням (третій рівень), запропонувавши споживачам додаткові послуги та вимоги. До них можна віднести: надання кредиту, гарантії, доставку, монтаж, після продажне обслуговування.



*Якість* – це сукупність властивостей продукції, що характеризують її призначення, особливості, корисність і здатність задовольнити конкретні потреби споживачів.

Вона залежить від рівня розвитку науки і техніки, прогресивності виробництва, кваліфікації кадрів й може бути визначена показниками якості самої продукції.

Показники якості продукції є характеристика її технічного рівня: експлуатаційні властивості, міцність, надійність, зовнішній вигляд, рівень технічного обслуговування, продуктивність.



Показники якості – виготовлення продукції характеризують відповідністю готового вибору вимогам нормативно-технічної документації, тобто стандартам, кресленням, специфікаціям.

